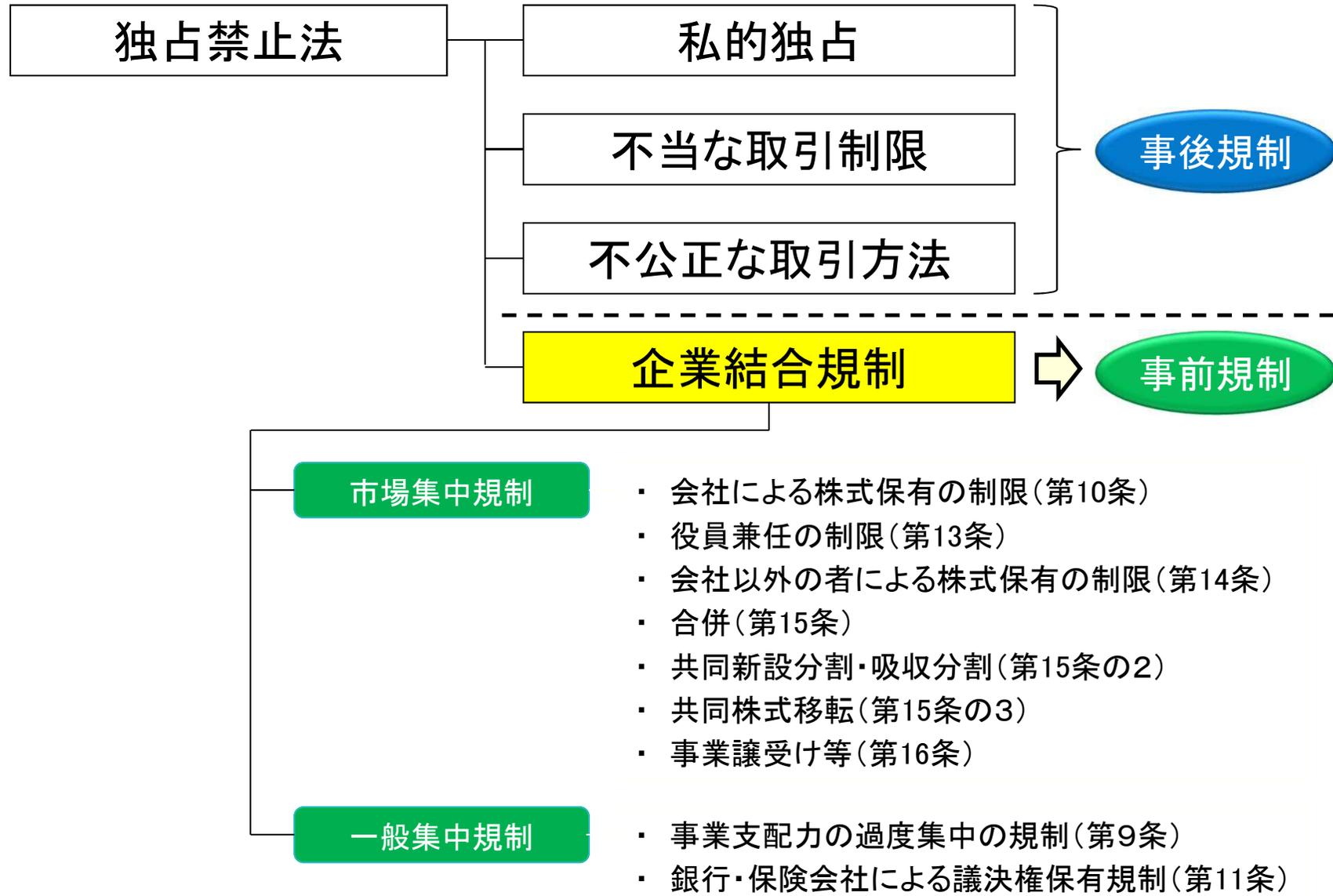




令和元年度における企業結合関係 届出の状況及び主要な企業結合事例

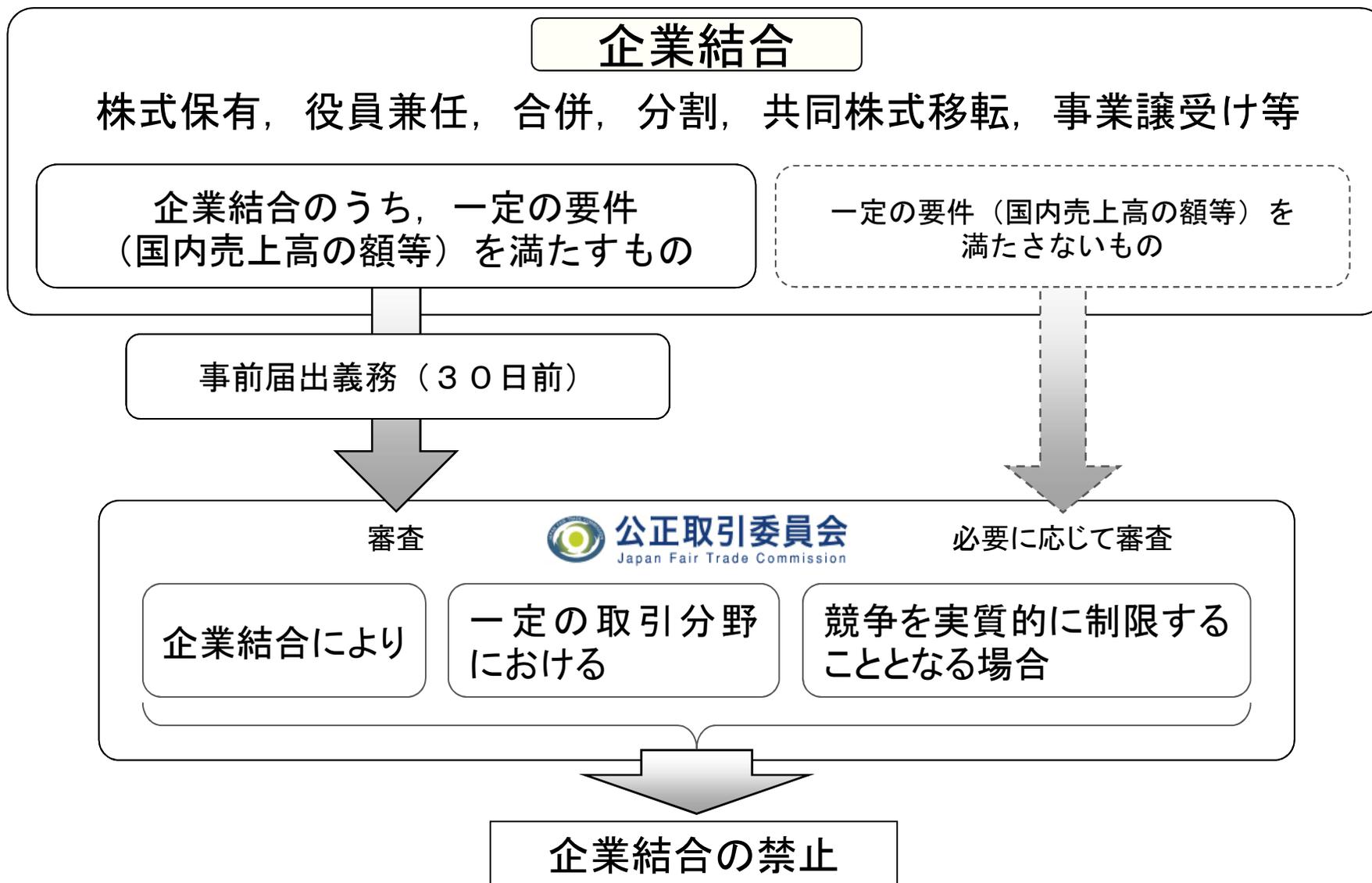
令和2年10月5日

公正取引委員会



企業結合審査の基本的な考え方

(関係条文: 独占禁止法第10条, 第13条~第16条等)



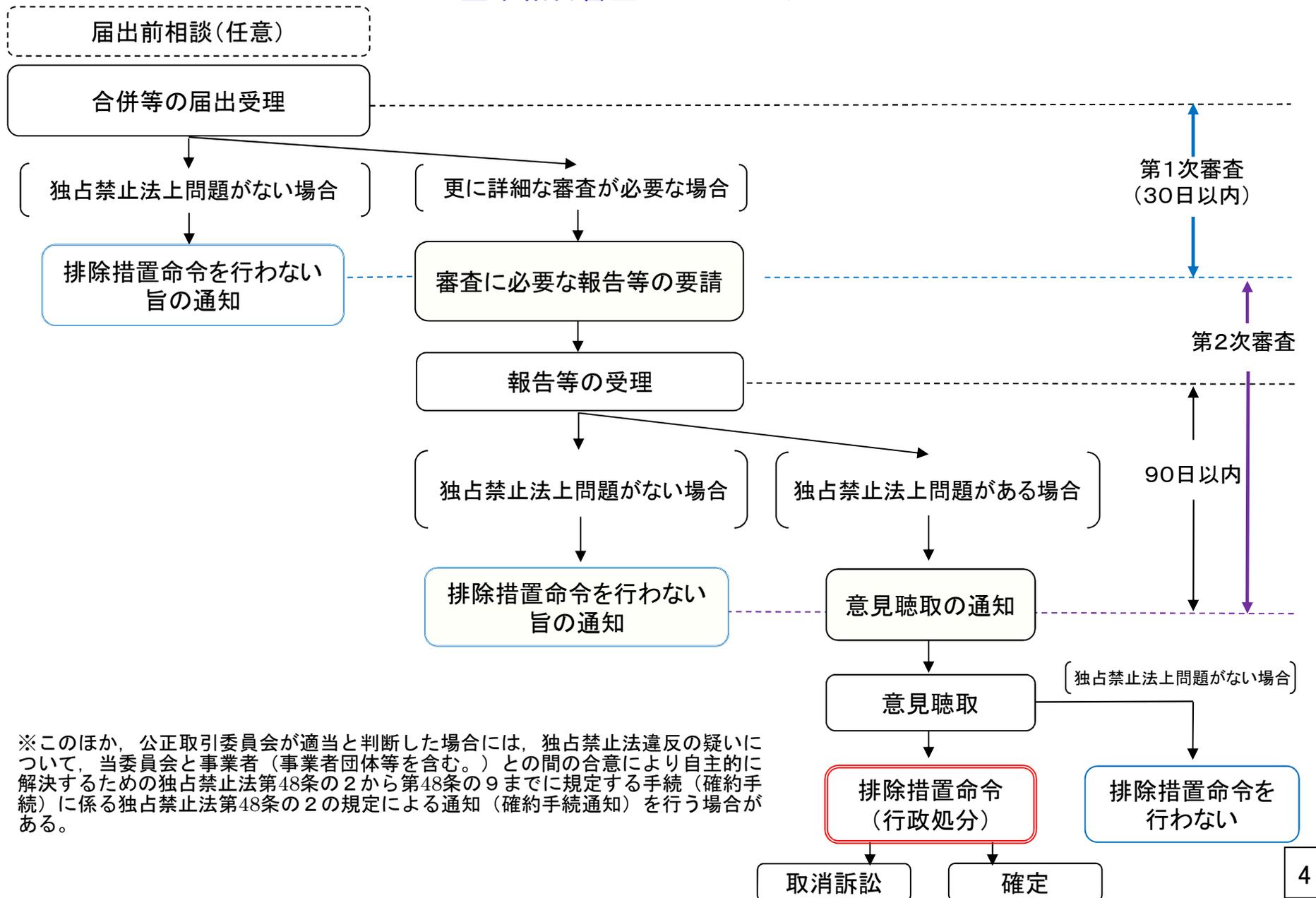
企業結合に関する届出制度

形態(関係法条)	届出制度の概要
株式取得(第10条)	<ul style="list-style-type: none"> ① 企業結合集団の国内売上高を合計した額が200億円超の会社が ② 株式発行会社とその子会社の国内売上高を合計した額が50億円超の株式発行会社の議決権を取得し ③ 議決権保有割合が20%又は50%を超えることとなる場合は ④ 事前届出が必要 ⑤ 届出受理の日から30日間は当該株式取得をしてはならない
役員兼任(第13条)	—
会社以外の者による株式保有(第14条)	—
合併(第15条)	<ul style="list-style-type: none"> ① 国内売上高合計額200億円超の会社と ② 国内売上高合計額50億円超の会社が合併する場合は ③ 事前届出が必要 ④ 届出受理の日から30日間は当該合併をしてはならない <p>※ 分割, 共同株式移転, 事業譲受け等についても, 原則として同様の基準による届出が必要</p>
分割(共同新設分割又は吸収分割) (第15条の2)	
共同株式移転(第15条の3)	
事業譲受け等(第16条)	

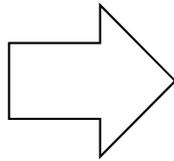
注1 「企業結合集団」=当事会社の「最終親会社」及びその子会社からなるグループ

2 「議決権保有割合」=企業結合集団ベースで保有する議決権の割合

企業結合審査のフローチャート



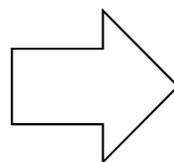
○ 企業結合審査における独占禁止法の適用の考え方



企業結合ガイドライン

「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」
(平成16年5月31日公表)

○ 企業結合計画に係る審査の手続についての方針



企業結合手続対応方針

「企業結合審査の手続に関する対応方針」
(平成23年6月14日公表)

近年、**デジタル分野の企業結合案件に的確に対応する必要性**が高まってきていること等から、成長戦略実行計画（令和元年6月21日閣議決定）等を踏まえ、令和元年12月17日、**企業結合ガイドライン**及び**企業結合手続対応方針**を改定。

○企業結合ガイドライン改定のポイント

デジタル・プラットフォーマー等が関与するデジタル分野における企業結合について、デジタルサービスの特徴を踏まえた企業結合審査の考え方を明示

※ デジタルサービスの特徴である多面市場、品質競争、ネットワーク効果、スイッチングコスト等を踏まえた一定の取引分野の画定方法や競争分析の考え方等を明示した。

スタートアップ企業のような現時点で規模は小さいもののデータ・知的財産権等の競争上重要な資産を有している企業を買収される場合の考え方について明示

※ データや知的財産権等の重要な資産を有していたり有望な研究開発を行っているスタートアップ企業等が買収され、潜在的競争が消滅することによる競争への影響等の考え方等について明示した。

垂直型・混合型企業結合の考え方について、最近の審査結果を踏まえ詳細に記述

※ 垂直型企业結合と混合型企業結合の考え方を分けて記載し、それぞれにおいて単独行動や協調的行動による競争の実質的制限の考え方を明示した。

○手続対応方針改定のポイント

被買収会社の国内売上高等が届出基準を満たさない企業結合計画に対する審査方針を明記

※ スタートアップ企業の買収など、被買収会社の国内売上高等に係る金額のみが届出基準を満たさない企業結合計画について、買収に係る対価の総額が大きく、かつ、国内の需要者に影響を与えると見込まれる場合には、企業結合審査を行う旨を明記した。

届出不要の企業結合計画について、公正取引委員への相談が望まれる場合を明記

※ 買収に係る対価の総額が400億円を超えると見込まれ、かつ、被買収会社の事業拠点等が国内に所在する場合などには、届出が不要な企業結合計画について、公正取引委員会への相談が望まれる旨を明記した。

当事会社の内部文書（いわゆるホットドキュメント）の提出を求める旨を追記

※ 当事会社の取締役会等の各種会議等で使用された資料や議事録等、当事会社が企業結合の検討及び決定に当たり企業結合の効果等について検討・分析した資料などの提出を求める旨を追記した。

令和元年度における企業結合関係届出の状況

- 令和元年度に企業結合計画の届出を受理した案件は、310件(対前年度比3.4%減)
- 届出を受理した310件のうち、第2次審査に移行した案件は1件(令和2年3月に第2次審査に移行した「韓国造船海洋(株)による大宇造船海洋(株)の株式取得」)

[表]過去5年度に受理した届出の処理状況

	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
届出件数	295	319	306	321	310
第1次審査で終了したもの (うち禁止期間の短縮を行ったもの)	281	308	299	315	300
	(145)	(171)	(193)	(240)	(217)
第1次審査終了前に取下げがあったもの	8	8	6	4	9
第2次審査に移行したもの	6	3	1	2	1

令和元年度における主要な企業結合事例

No	事例の名称	水平	垂直	混合	問題解消措置	経済分析	海外当局との情報交換
1	ブリストル・マイヤーズスクイブ・カンパニー及びセルジーン・コーポレーションの統合（医療用医薬品）	○					○
2	TDK(株)による昭和電工(株)のネオジム磁石合金の研究開発事業の譲受け		○		○		
3	日本産業パートナーズ(株)による(株)コベルコマテリアル銅管及び古河電気工業(株)の銅管事業の統合	○				○	
4	アプライド・マテリアルズ・インクによる(株)KOKUSAI ELECTRICの株式取得（半導体製造装置）			○			
5	ダナハーコーポレーションによるゼネラル・エレクトリック・カンパニーのバイオ医薬品製造機器等の製造販売事業の統合	○		○			
6	トヨタ自動車(株)及びパナソニック(株)による車載用リチウムイオン電池事業等に係る共同出資会社の設立		○		○		○
7	ヒューレット・パッカード・エンタープライズ・カンパニー及びクレイ・インクの統合（スーパーコンピューター）	○	○				
8	エムスリー(株)による(株)日本アルトマークの株式取得（医薬品情報提供プラットフォーム事業等）		○	○	○		
9	(株)マツモトキヨシホールディングスによる(株)ココカラファインの株式取得	○				○	
10	(株)三菱UFJ銀行によるディーゼットバンクエージャーからの航空機ファイナンス事業の譲受け	○					

(注) 「水平」とは、当事会社グループ同士が同一の一定の取引分野において競争関係にある場合をいう。
 「垂直」とは、当事会社グループ同士が取引段階を異にする場合をいう。
 「混合」とは、「水平」、「垂直」のいずれにも該当しない場合をいう。

トヨタ自動車(株)及びパナソニック(株)による車載用リチウムイオン電池事業等に係る共同出資会社の設立

- ・ 自動車メーカーが共同出資会社の設立により車載用リチウムイオン電池事業を行うこととした事例
- ・ 他の自動車メーカーに係る秘密情報の入手を防ぐため問題解消措置
- ・ 海外競争当局と情報交換を行いつつ審査

1. 本件の概要

- トヨタ及びパナソニックが本件共同出資会社(トヨタ51%:パナソニック49%)を設立し、パナソニックグループが営む車載用リチウムイオン電池の製造事業等を本件共同出資会社に移管することを計画したものの。
- 本件共同出資会社が製造する車載用リチウムイオン電池はパナソニックを通じて自動車メーカーへ販売され、トヨタは車載用リチウムイオン電池を搭載するハイブリッド車等の電動車を製造する。
- 本件については、欧州委員会との間で情報交換を行いつつ審査した。

2. 一定の取引分野

(1) 商品範囲(車載用リチウムイオン電池)

- リチウムイオン電池は、携帯電話、ノートパソコン、自動車等に用いられる。このうち、「車載用リチウムイオン電池」は高容量、耐久性、長寿命性といった特性が求められる。
- 車載用リチウムイオン電池には、瞬間的に充放電可能な電気の量を重視した「高出力タイプ」と、容量の大きさを重視した「高容量タイプ」がある。
- 車載用リチウムイオン電池の形状には、車両への定置に当たり小スペースで足りる「角形」及び「ラミネート形」と、大スペースを必要とする「円筒形」がある。

⇒商品範囲を「車載用リチウムイオン電池(高出力・角形等)」及び「車載用リチウムイオン電池(高容量・角形等)」として画定した。

2. 一定の取引分野

(2) 商品範囲(電動車)

- 自動車にはガソリン車等と電動車があり、両者を代替的に選択する需要者の存在は否定できないものの、昨今の環境意識の高まりなどから両者を代替的とは認識しない需要者が一定程度存在すると考えられる。
- 電動車にはハイブリッド車、プラグインハイブリッド車、電気自動車及び燃料電池車があり、これらは環境負荷の程度、動力源の供給拠点の普及状況、価格帯が異なる。
- 自動車は、用途等の違いに応じて様々な種類に分類されることがあるが、本件による競争への影響の検討に当たり、用途等の違いに基づく厳密な市場画定をする必要性は認められない。

⇒「ハイブリッド車」、「プラグインハイブリッド車」、「電気自動車」及び「燃料電池車」を商品範囲として画定した。

なお、トヨタはこれら4種類のうち「ハイブリッド車」、「プラグインハイブリッド車」及び「燃料電池車」を製造販売している。

(3) 地理的範囲(全商品共通)

- 日本国内の輸送に関して、難易性や費用の制約はなく、地域により価格差も認められない。

⇒「日本全国」を地理的範囲として画定した。

3. 本件行為が競争に与える影響

○本件行為後、トヨタの子会社である本件共同出資会社は車載用リチウムイオン電池(高出力・角形等)及び同電池(高容量・角形等)を製造するとともに、自社の株主であるパナソニックを通じてトヨタ等の自動車メーカーへそれらを販売することを予定している。このような実態に鑑みると、当事会社グループは一体となって車載用リチウムイオン電池(高出力・角形等)及び同電池(高容量・角形等)を自動車メーカーへ供給する、とみるのが適切である。

(1) 当事会社グループの地位及び競争事業者の状況(川上市場)

車載用リチウムイオン電池(高出力・角形等)

垂直セーフハーバー 非該当

順位	会社名	市場シェア
1	当事会社グループ	約45%
2	A社	約45%
3	B社	約10%
4	C社	0-5%
	輸入	0-5%
合計		100%

車載用リチウムイオン電池(高容量・角形等)

垂直セーフハーバー 非該当

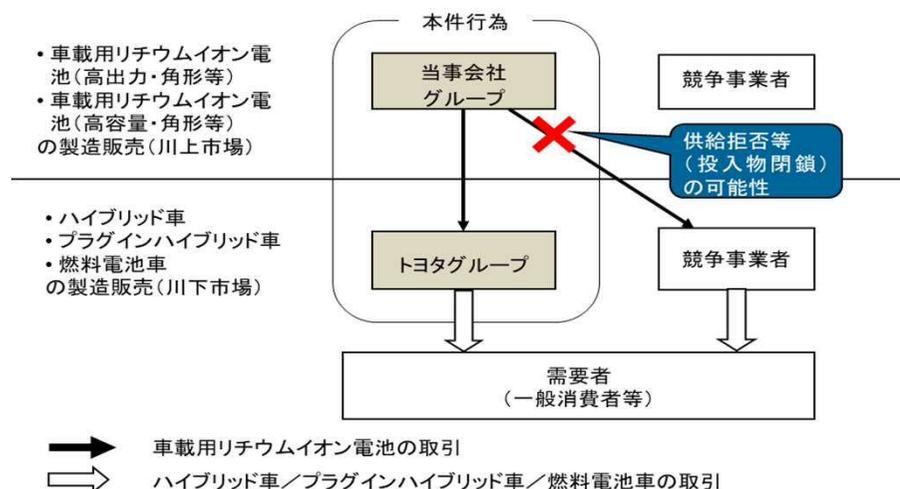
順位	会社名	市場シェア
1	当事会社グループ	約40%
2	D社	約15%
3	E社	約15%
	その他	0-5%
	輸入	約30%
合計		100%

3. 本件行為が競争に与える影響

(2) 車載用リチウムイオン電池の供給拒否等(投入物閉鎖)

○車載用リチウムイオン電池(高出力・角形等)及び車載用リチウムイオン電池(高容量・角形等)のいずれについても, 有力な競争事業者が存在することなどから, 仮に当事会社グループが供給拒否等を行ったとしても, トヨタグループ以外の自動車メーカーはこれら競争事業者から供給を受けることが可能である。

⇒当事会社グループは投入物閉鎖を行う能力を有していないと認められる。



(3) 車載用リチウムイオン電池の購入拒否等(顧客閉鎖)

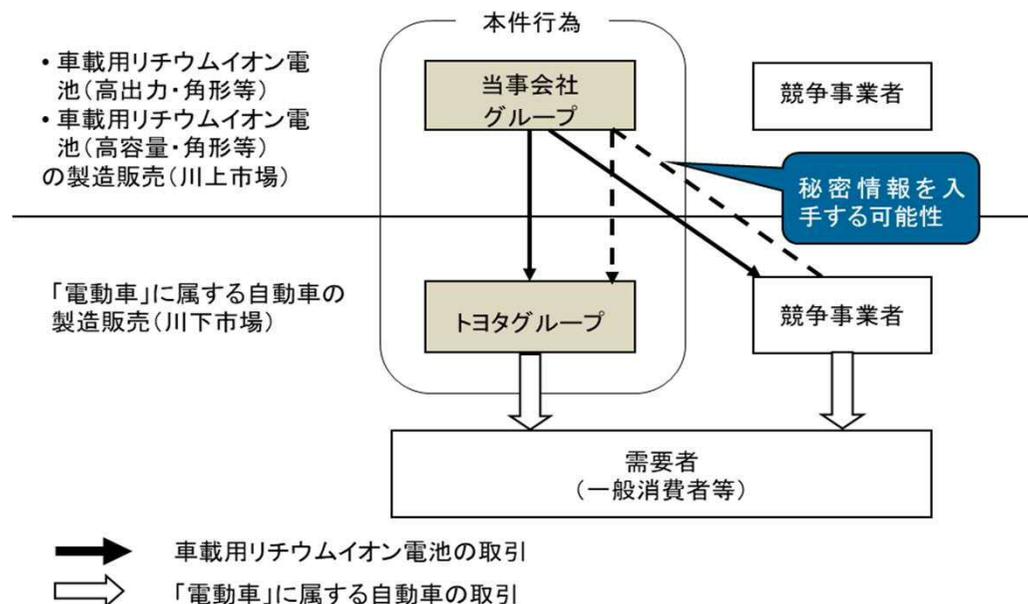
○トヨタグループは, 当事会社グループ以外から車載用リチウムイオン電池(高出力・角形等)及び車載用リチウムイオン電池(高容量・角形等)のいずれについても購入していない。

⇒当事会社グループは購入拒否等を行ない得ない。

3. 本件行為が競争に与える影響 (4) 秘密情報の入手

○本件行為後、トヨタグループは本件共同出資会社を通じて、トヨタグループ以外の自動車メーカーに係る競争上センシティブな情報を入手し得る。トヨタグループが、当該秘密情報を自己に有利に用いれば、トヨタグループ以外の自動車メーカーが電動車の競争上不利な立場に置かれる可能性がある。

⇒現在又は将来のハイブリッド車、プラグインハイブリッド車、電気自動車若しくは燃料電池車と
いっただいづれかの種類の電動車の市場又はそれらについて用途等の違いに応じて画定した市場
において**市場の閉鎖性・排他性の問題が生じる可能性がある。**



4. 当事会社による措置の申出

- 当事会社は、本件共同出資会社の全従業員を対象として、同社がその事業活動において入手する各自動車メーカーの秘密情報を、秘密情報の対象となる自動車メーカーの承諾なく、他の自動車メーカーに対して開示・漏洩することを禁止し、これに関する社内の情報管理ルールを定めて周知徹底するなどの、情報遮断措置を講じる。
- トヨタ及びパナソニックは、パナソニックから本件共同出資会社へ移管される事業の取引先である自動車メーカー及び、本件共同出資会社と新たに取引する自動車メーカーに対し、上記の情報遮断措置が採られている旨を書面にて通知する。
- トヨタは、本件共同出資会社設立時に、情報遮断措置等が実施されていることを公正取引委員会へ報告する。

5. 措置に対する評価

- 当事会社グループが本件問題解消措置を講じることを前提とすれば、トヨタグループは本件行為後に秘密情報を入手することはできず、仮に秘密情報を入手できたとしても当該情報を自己に有利に用いることはできず、川下市場の閉鎖性・排他性の問題が生じないと認められることから、本件措置は適切なものと認められる。



当事会社が本件措置を講じることを前提とすれば、本件行為により一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならないと判断した。

エムスリー(株)による(株)日本アルトマークの株式取得
(令和元年10月24日公表)

- ・ 有力なプラットフォーム事業者が重要なデータを有する企業を買収
- ・ 届出要件を満たさない案件について積極的に審査
- ・ 買収される企業が提供するデータの重要性を評価

1. 本件の概要

- 医薬品情報提供プラットフォーム運営事業を営むエムスリー(株)が、医療情報データベース提供事業を営む(株)日本アルトマークの株式に係る議決権の全部を取得したものの。
- 本件は届出要件を満たさないが、本件行為により競争が制限される懸念があったことから、公正取引委員会は、企業結合審査を行った。
- 医療情報データベース提供事業及び医薬品情報提供プラットフォーム運営事業に係る垂直型企业結合及び混合型企業結合を検討した事案。

2. 一定の取引分野

(1)医療情報データベース提供事業(川上市場)

- 医療情報データベース提供事業は、医療機関、医師等の情報をデータベース化して有料で提供する事業である。
- 主な需要者は、製薬会社及び医薬品提供プラットフォーム運営事業者である。
- 医療情報データベース提供事業と代替的な役務は存在しない。
⇒役務範囲を「医療情報データベース提供事業」として画定
- 日本アルトマークが提供する「MDB(メディカルデータベース)」は、事実上の標準データベースとして認識されており、需要者にとって、MDBは不可欠な医療情報データベースである。
- 日本全国のどこでも利用することができ、地域による価格差も認められない。
⇒地理的範囲を「日本全国」として画定した。

(2)医薬品情報提供プラットフォーム運営事業(川下市場)



- 医薬品情報提供プラットフォーム運営事業と代替的な役務は存在しない。
- 医薬品情報提供プラットフォーム運営事業は、製薬会社と医師という異なる二つの需要者層を有している。
⇒ それぞれの需要者層ごとに一定の取引分野を画定。
- 日本全国のどこでも利用することができ、地域による価格差も認められない。
⇒ 地理的範囲を「日本全国」として画定した。

3. 当事会社の地位及び競争事業者の状況

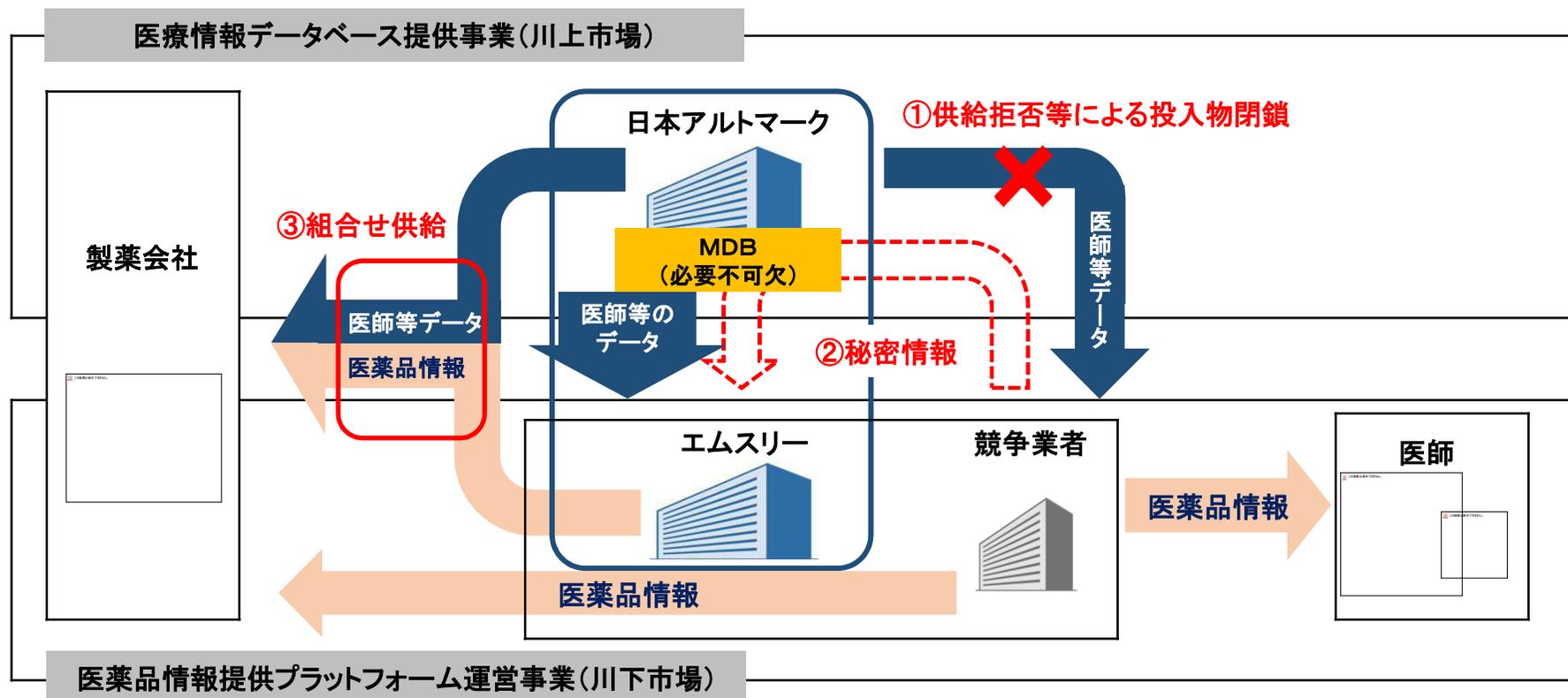
①医療情報データベース提供事業

○日本アルトマークが提供する「MDB(メディカルデータベース)」は、事実上の標準データベースとして認識されており、需要者にとって、MDBに競合する医療情報データベースは存在しない。

②医薬品情報提供プラットフォーム運営事業

	会社名	シェア
1	エムスリー	約75%
2	A社	約10%
3	B社	約10%
4	C社	約5%
5	その他	約0-5%
	合計	100%

4. 本件行為が競争に与える影響



- 医療情報データベースは医薬品情報提供プラットフォーム運営事業者に必要な不可欠であり、日本アルトマークのMDBと同水準のデータベースは存在しないため、日本アルトマークには供給拒否等によって投入物閉鎖を行う能力がある。
- MDBを利用するエムスリーの競争業者(医薬品情報提供プラットフォーム運営事業者)は、日本アルトマークとの間で秘密情報を共有しているため、競争事業者はエムスリーに対して不利な立場に置かれる可能性がある。
- 日本アルトマークのMDBが事実上の標準データベースとして利用されているため、組合せ供給が行われれば、製薬会社はこれを受け入れざるを得ない。

5. 問題解消措置

①投入物閉鎖

○供給継続義務(期間の定めなし)

医薬品情報提供プラットフォーム運営事業における競争事業者へのMDBの供給を拒絶しない。

○差別的取扱いの禁止(期間の定めなし)

競争事業者に対して提供するMDB等の価格, 内容, 品質等の取引条件について, 差別的な取扱いは行わない。

②秘密情報の共有

○情報遮断措置の実施(期間の定めなし)

- ・MDBを利用した競争業者の非公知情報をエムスリーの役員・従業員に開示しない。
- ・競争業者の非公知情報にアクセスする必要がない役員・従業員が, 非公知情報にアクセスできない措置を講じる。等

③組合せ供給

○組合せ供給の禁止(期間の定めなし)

MDBの提供に併せた他のサービスの提供や, MDBの提供条件等を有利に設定しない。

④定期報告

○公正取引委員会に5年間の定期報告を行う。さらに, 公正取引委員会からの情報提出要請について, 特に期限を設けず対応する。



問題解消措置を前提とすれば, 本件行為が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならない

(株)マツモトキヨシホールディングスによる(株)ココカラファインの株式取得

- ・ドラッグストア業に係る水平型企业結合事例
- ・競争が行われる地理的範囲は各店舗から半径500m～2km
- ・詳細な経済分析結果を記述

1. 本件の概要

- マツモトキヨシホールディングス(株)が、(株)ココカラファインの株式に係る議決権の20%超を取得することを計画したものの。
- 両社は共にドラッグストア業を営む子会社を有している。

2. 一定の取引分野

(1) 役務範囲(ドラッグストア業)

- ドラッグストアは、一般用医薬品等や化粧品のほか、家庭用品、飲食料品等を取り扱い、これらのカテゴリーの商品を消費者向けに販売する業態の小売店舗である。
- ドラッグストアは、調剤薬局、化粧品店、スーパーマーケット、ディスカウントストア等の他業態の小売店舗と、一部、共通の商品を扱っているものの、商品の取り扱い状況には差違がある。
⇒ドラッグストアと他業態の小売店舗は別の役務範囲を構成すると認められる。
- ドラッグストアで取扱いのある商品はインターネット通信販売で購入することも可能であるが、ドラッグストアでは店舗で実際に商品を手にとって即時に購入できるなどの特徴がある一方、インターネット通信販売には地理的又は時間的な制約なく購入が可能であるといった特徴がある。
⇒ドラッグストアとインターネット通信販売は別の役務範囲を構成すると認められる。

⇒役務範囲を「ドラッグストア業」として画定した。

2. 一定の取引分野

(2) 地理的範囲

○ドラッグストアの競争は店舗ごとに行われている。

○ドラッグストアの商圈は一律に定まるものではなく、立地状況(都市部か郊外か)、周辺施設、人口、隣接道路の交通量、店舗の規模等によって異なる。

⇒立地状況等に応じて、「店舗から半径500mから2km」の範囲を地理的範囲として画定した。

3. 本件行為が競争に与える影響

競争事業者の状況

○本件で確定した地理的範囲の中にマツモトキヨシグループとココカラファイングループのドラッグストアがいずれも存在する地域は、全国で295地域存在する。

○295地域のうち、

- ・本件行為後もドラッグストアグループの数が3以上となる地域(210地域)
- ・本件行為によりドラッグストアグループの数が3から2に減少する地域であって、競合ドラッグストアグループの店舗数が当事会社グループの店舗数を上回る地域(1地域)
に関しては、引き続き、活発な競争が行われると認められる。

⇒「295地域」-「210地域」-「1地域」=「84地域」について更なる検討を行った。

3. 本件行為が競争に与える影響

84 地域	31地域 競争者の数 3→2	<p>○競合ドラッグストアの立地状況から、競合ドラッグストアグループの競争圧力が働いていると認められる。</p> <p>○隣接市場からの競争圧力も一定程度働いていると認められる。</p>		
	34地域	22地域 競争者の数 2→1	<p>○当事会社ドラッグストアの立地状況(最寄り駅が異なる等)からみて、従来から当事会社グループの店舗間の競争は不活発であったと推測される。</p> <p>○隣接市場からの競争圧力も一定程度働いていると認められる。</p>	
		12地域 競争者の数 3→2		
	19地域	12地域	5地域 競争者の数 2→1	<p>○隣接する地域には、競合ドラッグストアがそれぞれ複数存在しており、価格競争やサービス競争が行われ、地理的隣接市場からの競争圧力が働いていると認められる。</p> <p>○他業態からの競争圧力も一定程度認められる。</p>
			7地域 競争者の数 3→2	
		7地域	6地域 競争者の数 2→1	<p>○スーパーマーケット等の他業態からの競争圧力が一定程度働いていると認められる。</p> <p>○地理的隣接市場からの競争圧力も一定程度認められる。</p>
1地域 競争者の数 3→2				



84地域のいずれにおいても、
一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならない。

4. 経済分析

経済分析の目的

- ① 本件行為により、近隣に所在するドラッグストアグループの数が減少する結果として、価格競争等が行われなくなり、店舗の粗利益率が増加することになるか否か、及び
- ② スーパーマーケットやディスカウントストア等他業態の店舗と比較的遠方に所在するドラッグストアが競争圧力として働き、当事会社グループの店舗の粗利益率を引き下げているか否かを評価することを目的として、経済分析を実施した。

経済分析の手法

当事会社提出データを用い、近隣及び遠方に所在するドラッグストアグループと他業態の競争事業者が、店舗の粗利益率(全体／商品カテゴリー別)へ与える影響を回帰分析で分析した。

経済分析の結果

①について

地理的に比較的近接した競合ドラッグストアグループの数の増減が当事会社グループの粗利益率に影響を及ぼすことが確認され、競合ドラッグストアグループの数により競争上問題となり得る地域を絞り込む手法の妥当性を支持する結果等が得られた。

②について

地理的範囲内に所在するスーパーマーケット等の他業態の競争事業者や比較的遠方に所在するドラッグストアグループ全てを競争圧力として評価することはできないが、当事会社グループが競争事業者と認識している場合の競争圧力は確認され、実態を踏まえて評価すべきことが示唆され、個別の競合状況の実態を踏まえた定性的分析を行ったことを支持する結果が得られた。

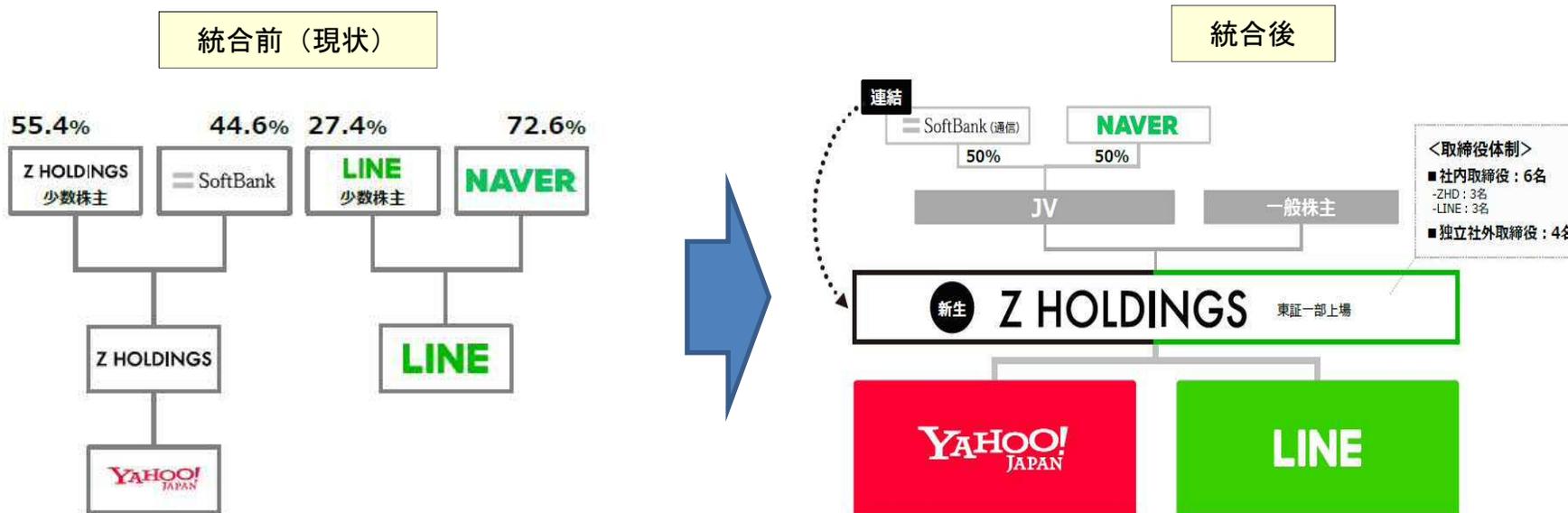
Zホールディングス(株)及びLINE(株)の経営統合
(令和2年8月4日公表)

- ・ デジタル・プラットフォーム事業者同士による企業結合
- ・ 改定「企業結合ガイドライン」の考え方を踏まえ審査
- ・ 改定「企業結合手続対応方針」に沿った対応
- ・ 経済分析の積極的な活用

1. 本件の概要

- Zホールディングス株式会社とLINE株式会社が、経営統合を計画したものの。
- Zホールディングス株式会社の子会社である**ヤフー株式会社**、及び**LINE株式会社**は、オンライン・ショッピング・モールやコンテンツ配信サービス等を提供するいわゆる**デジタル・プラットフォーム事業者**である。

統合前と統合後のストラクチャー図



2. 本件の経緯

- 令和元年11月18日 当事会社グループが本件行為の計画について公表
(同日以降, 当事会社グループと数次にわたり意見交換。また, 競争事業者等に対するヒアリングを実施)
- 令和2年 7月14日 株式取得等に関する計画の届出の受理(第1次審査の開始)
- 令和2年 8月 4日 排除措置命令を行わない旨の通知

3. 審査結果の概要

- 当事会社グループが競合又は取引関係に立つ取引分野のうち, 特に本件行為による影響を大きく受けると考えられる「ニュース配信事業」, 「広告関連事業」及び「コード決済事業」を重点的に審査
- ニュース配信事業 : 本件行為が競争を実質的に制限することとなるとはいえない
- 広告関連事業 : 本件行為が競争を実質的に制限することとなるとはいえない
- コード決済事業 : 当事会社グループが本件措置を講じることを前提とすれば, 本件行為が競争を実質的に制限することとなるとはいえない

4.1 ニュース配信事業

(1) 一定の取引分野

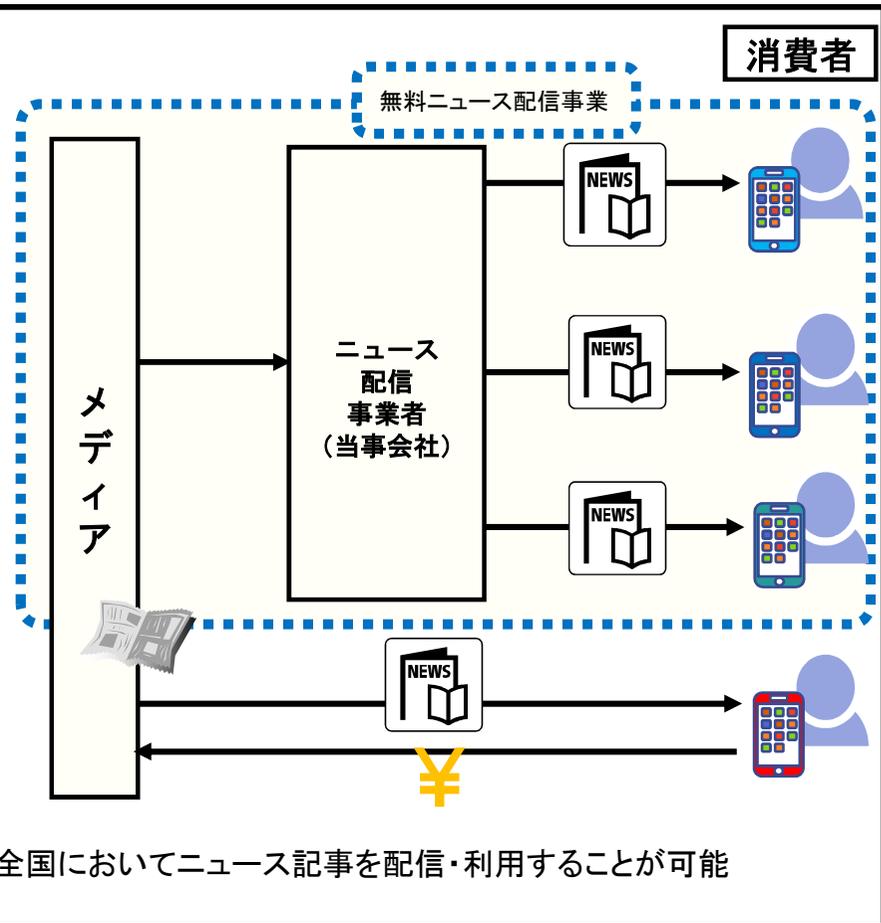
(1) 役務範囲 ⇒ 「**無料ニュース配信事業**」と画定

- **無料ニュース配信事業** :
自らニュース記事を制作するのではなく、**メディアからニュース記事を購入**して、ウェブサイト又はモバイルアプリにより配信。消費者は、**様々なメディアが制作したニュースを無料で閲覧可能**。
- **有料ニュース配信事業** :
主に**ニュース記事を制作するメディア自身**が、ウェブサイト又はモバイルアプリにより**有料会員登録をした消費者**に配信。消費者は、**基本的には当該メディアが制作したニュースしか閲覧できない**。
- 「**無料ニュース配信事業**」と「**有料ニュース配信事業**」
⇒ **それぞれ異なる役務範囲として画定**

【需要の代替性：限定的】
【供給の代替性：認められない】

(2) 地理的範囲 ⇒ 「**日本全国**」と画定

無料ニュース配信事業者及び需要者の所在地にかかわらず、日本全国においてニュース記事を配信・利用することが可能



一定の取引分野 = **無料ニュース配信事業**

(2) 競争の実質的制限についての検討

当事会社グループ及び競争事業者の地位等	<u>当事会社グループの市場における地位は非常に高いものの、有力な競争事業者も複数存在</u>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 当事会社グループの無料ニュース配信サービスは、マンスリーアクティブユーザー数を基にした利用率が約60～75%に達する。 ○ しかし、有力な競争事業者(利用率が約10～20%)も複数存在している。 	

参入	<u>新規参入は比較的容易</u>	需要者からの競争圧力	<u>需要者からの競争圧力が認められる</u>
<ul style="list-style-type: none"> ○ メディアから記事を仕入れることにより、どの競争事業者も当事会社グループとある程度同じ内容の記事を配信することが可能。 ○ モバイルアプリの開発・公開により事業開始が可能。 		<ul style="list-style-type: none"> ○ 消費者は、いずれの無料ニュース配信サービスにおいても、ある程度同じ内容の記事を数多く閲覧することが可能。 ○ 他の無料ニュース配信サービスへの切替えは、アプリのインストール等により可能(消費者によるサービスの切替えが容易)。 ○ 複数の無料ニュース配信サービスを併用する消費者も多い。 	

隣接市場からの競争圧力	<u>隣接市場からの競争圧力が一定程度認められる</u>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 消費者は有料ニュース配信事業者が配信する一部の無料のニュース記事を閲覧することも可能。 	

ヒアリングで寄せられた懸念	他の競争事業者が主要なメディアからニュース記事を提供されなくなるのでは？ ⇒ <u>懸念は当たらない</u>
<ul style="list-style-type: none"> ○ ニュース記事を提供するメディアは多数存在。 ○ 現状、主要メディアは多数の無料ニュース配信事業者と取引している。 ○ 現状、メディアは当事会社グループから圧力をかけられているような事実はない、等。 	

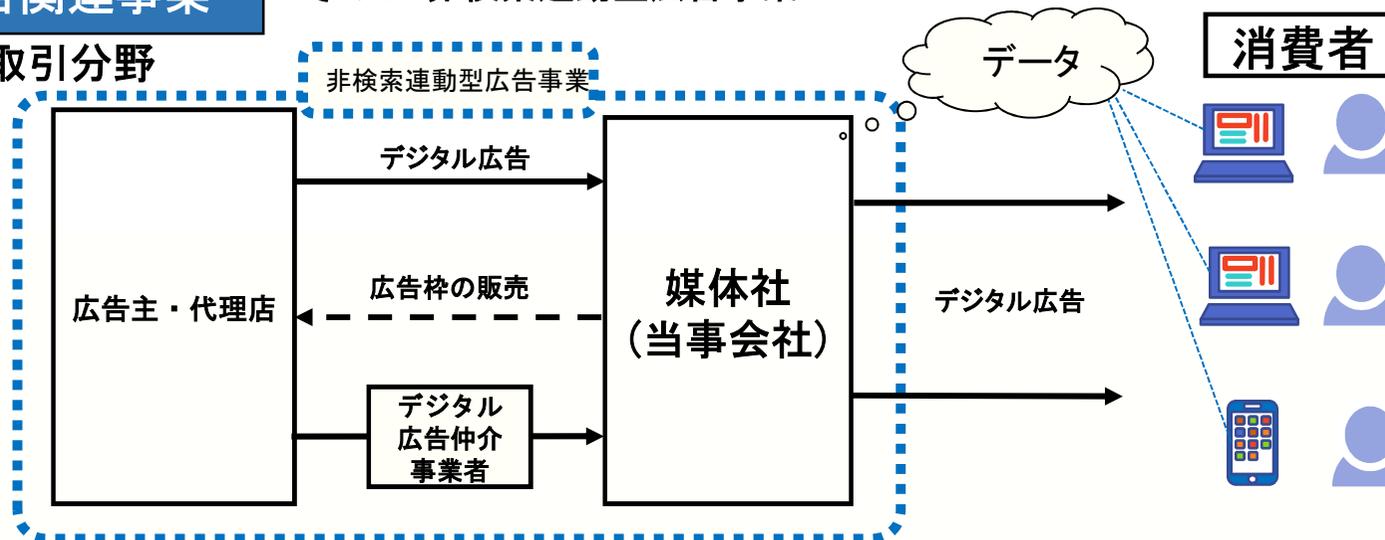


一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならない

4.2 広告関連事業

その1 非検索連動型広告事業

(1) 一定の取引分野



(1) 役務範囲 ⇒ 「**非検索連動型広告事業**」と画定

○ デジタル広告のうち「**検索連動型広告**」と「**非検索連動型広告**」 ⇒ それぞれ異なる役務範囲として画定

【需要の代替性：限定的】【供給の代替性：認められない】

○ 「非検索連動型広告事業」のうち「**ディスプレイ広告(運用型／予約型)**」と「**メッセージ型広告**」 ⇒ 同じ役務範囲として画定

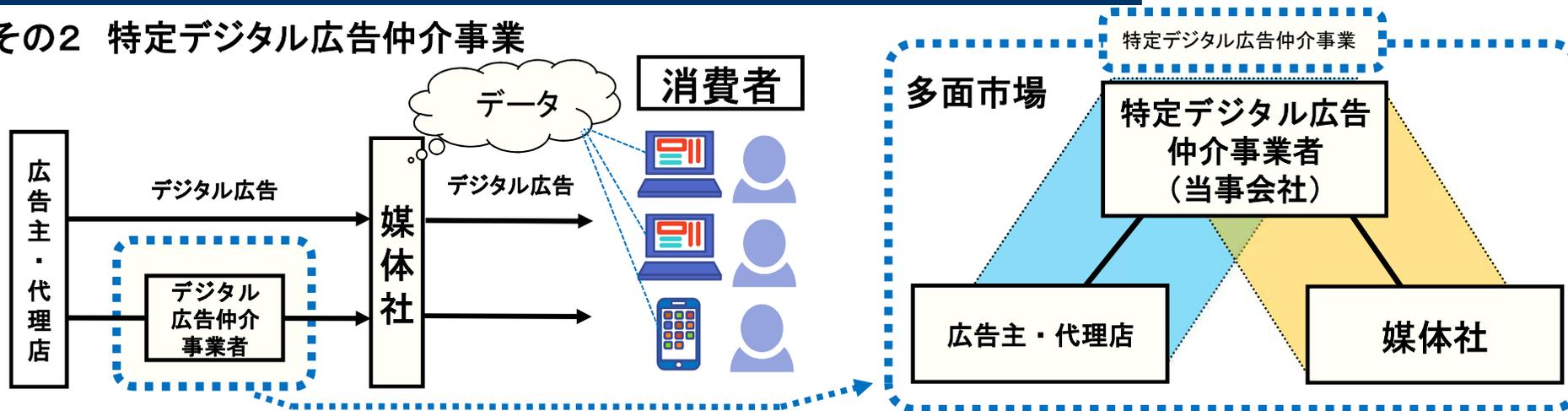
【需要の代替性：一定程度認められる】【供給の代替性：限定的】

(2) 地理的範囲 ⇒ 「**日本全国**」と画定

○ 所在地にかかわらず日本全国に広告枠を販売可能, 地域による価格差もない。

一定の取引分野 = **非検索連動型広告事業**

その2 特定デジタル広告仲介事業



(1) 役務範囲 ⇒ ①広告主・代理店／②媒体社 をそれぞれ需要者とした「**特定デジタル広告仲介事業**」と画定

- 当事会社グループを含む一部の主要な媒体社は、基本的には自社(媒体社)のデジタル広告枠に広告を出稿するためのデジタル広告仲介サービスを単独で完結して行うことが可能(「**特定デジタル広告仲介事業**」)。
- **その他のデジタル広告仲介事業**の場合、広告主等と媒体社との間をつなぐデジタル広告仲介サービスの一部を提供(アドネットワーク、デマンドサイド・プラットフォーム等)。他のデジタル広告仲介サービスと組み合わせられることによって初めて仲介が完結。
- 「**特定デジタル広告仲介事業**」と「**その他のデジタル広告仲介事業**」⇒ それぞれ異なる役務範囲として画定
【需要の代替性：限定的】 【供給の代替性：限定的】

(2) 地理的範囲 ⇒ 「**日本全国**」と画定

- 所在地にかかわらず日本全国に仲介を行うことが可能であり、地域による価格差もない。

一定の取引分野 = ① **広告主・代理店を需要者とした特定デジタル広告仲介事業**
② **媒体社を需要者とした特定デジタル広告仲介事業**

(2) 競争の実質的制限についての検討

非検索連動型広告事業

当事会社グループ及び競争事業者の地位等

- 消費者に認知度の高い動画共有サイトやSNSサイト、写真投稿サイトなど様々な非検索連動型広告媒体を有する**有力な競争事業者が複数存在**。
- 「当事会社グループ以外の競争事業者の有する広告枠にデジタル広告を出稿する取引割合が多い」との広告主等の声。
- 広告主等は、**十分な供給余力を有する他の競争事業者**と取引を行うことが可能。

- ① 広告主・代理店を需要者とした特定デジタル広告仲介事業
- ② 媒体社を需要者とした特定デジタル広告仲介事業

当事会社グループ及び競争事業者の地位等

- 特定デジタル仲介事業においても、当事会社グループの他に**有力な競争事業者が複数存在**。
- 消費者に認知度の高い主要な媒体社が特定デジタル広告仲介サービスも提供する場合、同社のサービスを利用することが多いため、そのような**主要な媒体社は特定デジタル広告仲介事業においても高い地位**を有する。
- 広告主等及び媒体社は、**十分な供給余力を有する他の競争事業者**と取引を行うことが可能。

当事会社グループの有するデータの競争上の評価

- 当事会社グループの入手するデータの種類(Variety)、量又は範囲(Volume)、収集頻度(Velocity)が、競争事業者の入手するデータと比較して、**当事会社グループに競争上優位な立場をもたらすものとは考えられない**。
- 一方当事会社グループによる他方当事会社グループのデータの活用(Value)には**法律等による制約**がある。
- 本件行為以前においても、自ら保有する他事業データを**競争に大きな影響を与えるほどに有利に用いるには至っていない**。
⇒ **当事会社グループが入手／保有するデータの存在を踏まえても、競争圧力が有効に働かなくなるほどに当事会社グループの事業能力が向上するとはいえない**。

間接ネットワーク効果の存在

- 各コンテンツ事業と広告事業及び特定デジタル広告仲介事業との間には、**間接ネットワーク効果**が働いている。
- 統合の場合に生ずる当事会社グループのコンテンツ事業がもたらす間接ネットワーク効果が、**競争事業者の有するコンテンツ事業がもたらす間接ネットワーク効果を凌駕するほどに強いものであると判断すべき材料はない**。
⇒ **間接ネットワーク効果を加味したとしても、競争圧力の強さ等に係る評価を弱める事情があるとはいえない**。

一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはならない

4.3 コード決済事業

(1) 一定の取引分野



(1) 役務範囲

<p>「加盟店を需要者としたコード決済事業」と画定 <u>コード決済事業とそれ以外のキャッシュレス決済事業</u> 【需要の代替性(共通):限定的】 ○ 初期費用／加盟店手数料の水準が異なる。 【供給の代替性(共通):限定的】 ○ 決済データの読み取り方法や決済システムが異なる。 【その他の事情】 ○ 当事会社グループはコード決済事業者のみを競争相手と認識。 ○ コード決済の比率が近年大きく伸びている。</p>	<p>「消費者を需要者としたコード決済事業」と画定 <u>コード決済事業とそれ以外のキャッシュレス決済事業</u> 【需要の代替性(クレジットカード決済):限定的】 ○ コード決済は無料で利用可能。また、クレジットカード決済は高額の支払いに利用されることが多い。 【需要の代替性(その他のキャッシュレス決済):一定程度あり】 ○ その他のキャッシュレス決済は無料で使用できること、用いられる決済金額の水準等がコード決済と共通。 【供給の代替性(共通):限定的】 ○ 左に同じ 【その他の事情】 ○ 左に同じ。</p>
(2) 地理的範囲 ⇒ 「日本全国」と画定	
○ 日本国内において特段の地理的制約, 価格の違い等の事情はない。	○ 左に同じ。

一定の取引分野
 = **加盟店を需要者としたコード決済事業**

一定の取引分野
 = **消費者を需要者としたコード決済事業**

(2) 競争の実質的制限についての検討

消費者を需要者としたコード決済事業

当事会社グループ及び競争事業者の地位等

- SBK・ZHDグループの市場シェア**(利用金額/令和2年1月)は**約55%**であり、また、PayPayの加盟店数や総会員数は競争事業者を大きく上回っており、同グループの競争上の地位は**極めて有力**。
- NAVER・LINEグループの市場シェア**(利用金額/令和2年1月)は**約5%と小さいが**、同グループの有する競争上の地位は下記①②③を勘案すると、**市場シェアに表れている以上に有力**。
 - ①LINE Payのアクティブユーザー数・決済回数は着実に伸びている、②潜在的利用者数は多いと考えられ、また、総会員数及び加盟店数が他の競争事業者を大きく上回っている、③市場シェアの変動は還元キャンペーンの影響による部分が大きいと考えられる
- 当事会社グループの経済分析による転換率によれば**当事会社間の競合の程度が特に強いわけではない**。
 - ただし、転換率の測定日時点までにはLINE Payが大規模キャンペーンを実施しなくなっており、これが低い転換率の原因である可能性もある。
- 有力な競争事業者が存在**するので**一定程度の競争圧力は認められる**。
 - しかし、**当事会社グループが加盟店に排他的な取引条件を要請又は課している例**を確認。この状況下では、統合によって排他的な取引条件を要請又は課される加盟店数が多くなれば競争事業者の加盟店数は少なくなる。また、間接ネットワーク効果を踏まえると、消費者にとっての競争事業者の魅力が低下し、**競争事業者の競争圧力は低下する**。

参入

- 政府によるキャッシュレス決済推進政策により、平成29年以降**昨年までは新規参入が活発**。
 - しかし、令和元年以降、新規参入は落ち着いている。また、コード決済市場で一定の存在感を有するためには、大規模な還元キャンペーンを実施するための大きな資金力が必要であり、**今後においては新規参入が必ずしも容易とはいえない**。

隣接市場からの競争圧力

- 当事会社グループ提出のデータによれば、クレジットカードとコード決済は互いに顧客を奪い合っているとはいえないため、クレジットカードによる隣接市場からの競争圧力は決して強いとはいえない。
- その他のキャッシュレス決済はコード決済と一定程度の競合関係にある（他のキャッシュレス決済は無料で使用できること、用いられる決済金額の水準等がコード決済と共通）。
 - しかし、①当事会社グループの経済分析による転換率分析では他のキャッシュレス決済手段からPayPayへの転換が生じたことを示す結果は得られていないこと、②コード決済事業者を競合相手と認識していないという他のキャッシュレス決済事業者の認識などから、コード決済と他のキャッシュレス決済との間の競合関係は強いとは評価できない。
- 当事会社グループ経済分析の結果から、当事会社グループのコード決済を利用している消費者は、他のキャッシュレス決済も一定程度併用している(マルチホーミング)。
 - ただし、他のキャッシュレス決済サービスを併用するユーザーの割合はPayPayで3割前後、LINE Payでも3割前後であり、マルチホーミングの程度は高いとはいえない。

需要者からの競争圧力

- 消費者が複数のコード決済サービスを利用することは比較的容易（専用アプリをインストール、銀行口座等の登録手続等を行えば利用可能）。
 - しかし、当事会社グループの提出データを踏まえると、一定程度、消費者をロックインさせる効果が生じているため、需要者からの競争圧力は必ずしも強いものではない。
- 現金は、消費者が自ら有する代替的な決済手段であるといえるが、①少なくとも現状はコード決済サービスが一方的に現金から利用者を獲得していること、②今後は更に現金利用の低下が予想されることを踏まえると、現金は競争圧力として機能しているとは言い難い。

加盟店を需要者としたコード決済事業

当事会社グループの地位

- 加盟店は加盟店手数料及び利用者数の多さを重視。当事会社グループの地位は、消費者を需要者とした市場における場合と同様に極めて有力。
- 当事会社グループの加盟店数は他の競争事業者と比べて非常に多い。

競争事業者の地位等

- 有力な競争事業者が存在しており、一定程度の競争圧力は認められる。
→ しかし、当事会社グループが加盟店に排他的な取引条件を要請又は課している例を確認。この状況下で、統合によって排他的な取引条件を要請又は課される加盟店数が多くなれば競争事業者の加盟店数は減少するので、競争事業者の競争圧力は低下する。

参入

隣接市場からの競争圧力

- 消費者を需要者としたコード決済事業で述べた事情は、加盟店を需要者としたコード決済事業においても同様にあてはまる。

需要者からの競争圧力

- 間接ネットワーク効果を踏まえると、加盟店は他のコード決済に切り替えることが困難。
- 加盟店は一度導入した決済サービスについて解約することは事実上難しいと認識。
- (現金)消費者を需要者としたコード決済事業で述べた事情が加盟店を需要者としたコード決済事業においても同様にあてはまる。

その他の考慮要素

当事会社グループの 内部資料

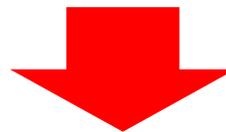
- 競争事業者の減少に伴う加盟店手数料率の引上げの余地を検討していると評価できる資料を確認。

コード決済市場の未成熟性

- 市場の成長や環境変化が極めて激しいことから、現時点での審査資料を前提として将来的な市場の状況を正確に予想するのは困難。

データに関する評価

- データの量や範囲、収集頻度の観点から、競争事業者と比較して当事会社グループが競争上有利となる可能性
- 今後のデータの統合・共有・活用方法によっては、更に事業能力が向上する可能性



直ちに競争を実質的に制限することとなるとまではいえないが、排他的な取引条件の取り扱い、データの利活用等の統合後における当事会社グループの行動や今後の市場の状況等によっては、当事会社グループが、ある程度自由に価格等の条件を左右することができる状態が容易に現出し得るおそれがあるという懸念を払拭しきれない

(3) 当事会社による措置の申出

定期報告及び必要な措置の検討

- 当事会社グループは、本件行為後3年間、1年に1回、下記の内容を報告する。
 - ・コード決済事業の市場規模、当事会社グループの地位、競争状況等
 - ・加盟店手数料に関する事項
 - ・コード決済事業に関連するデータの利活用に関する事項
- 公正取引委員会より競争上の懸念に関する指摘を受けた場合、公正取引委員会との間で協議し、対応策を検討する。

排他的な取引条件の撤廃

- 現在契約中の加盟店については、本件統合の実行日までに、加盟店との間の取引条件を排他的な取引条件を含まない内容とする。
- 本件統合の実行日から3年が経過するまで、加盟店に対し、排他的な取引条件を課さない。
- 本件対応の実施状況に関して、「定期報告及び必要な措置」の報告と併せて報告する。

(4) 本件措置に対する評価

- 当委員会が統合後における当事会社グループの行動や今後の市場の状況を把握するという観点からは適切な措置と考えられる。
- 統合後における当事会社グループの行動や今後の市場の状況等によって生じ得る競争上の懸念への対応についても一定の実効性が担保されている。
- 加盟店手数料が0円の期間を過ぎた後も一定の報告期間が確保されていることなどから3年という期間も適切。

- 排他的な取引条件の撤廃は、将来的に競争圧力が有効に機能しなくなるのではないかと懸念が払拭されることとなるため、当事会社グループが将来的に市場支配力を行使することを防止するための措置として実効性が認められることから適切。
- 本件措置の実施状況の報告についても、本件措置の履行監視の観点から適切。

本件措置を講じることを前提とすれば、本件行為が一定の取引分野における競争を実質的に制限することとはいえない